

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arimbawa, E. M. (2019, Februari). *Influence of facility, discount, word of mouth to purchasing decisions and customer loyalty:(study on customer of NAV Family Karaoke DR. Soetomo Surabaya, branch)*. *Journal of World Conference (JWC)*, 1, 201-207.
- Azhari, N. F. (2023). *The role of customer satisfaction, trust, word of mouth, and service quality in enhancing customers' loyalty toward e-commerce*. *Transnational Marketing Journal*, 31-43.
- Baiturahman, B. (2023). Pengaruh *electronic word of mouth (e-WOM)* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian dengan *price discount* sebagai variabel moderasi: Studi pada customer Shopeefood Mie Gacoan Kota Malang (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ib.
- Baskara, M. A. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Timeless Coffe bar). *Journal of Managiere and Business*, 42-58.
- Basuki, W. &. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Journal For Bussiness And Entrepreneurship*, 105(3), 129-133.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19.
- Dhasan, D. &. (2021). *The impact of service quality, promotions and customer engagement in determining customer loyalty in the Thai mobile network industry*. *Abac Journal*, 41(1), 209-240.

- Diah Yulisetiari, T. D. (2021). *The influence of service quality, brand image, and store atmosphere on customer loyalty through customer satisfaction at indomaret plus jember.*
- Diansyah, D. &. (2022). *The Effect of Social Media Marketing and Word of Mouth on Customer Loyalty in Moderation by Brand Image at Lenggang Monas Jakarta. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(2).*
- Erawati, H. S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Bisnis E-Commerce. *Inspirasi : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 17(2), 304–315.*
- Fawaid, A. (2016). Ekspor Dalam Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada PT Kharisma Rotan Mandiri di Sukoharjo). *Administrasi Bisnis, 39(1), 1–8.*
- Fitri A, M. W. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth, Store Atmosphere, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Konco Di Sidoarjo.*
- Furoida, F. &. (2018). *The influence of service quality and store atmosphere on customer loyalty through customer satisfaction. Management Analysis Journal, 7(2), 163-170.*
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., & Quan, T. N. (2020). *The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam. Uncertain Supply Chain Management, 8(2), 351–370.*
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.11.004>
- Hariono, L. (2018). Apakah e-wom (*electronic word of mouth*) bisa mengalahkan wom (*word of mouth*) dalam mempengaruhi penjualan produk kuliner. *Journal of Management Studies, 12(1).*
- Haryono, A. S. (2023). *The Impact Of Satisfaction And Trust On Customer Loyalty:The Role Of Word Of Mouth Intervention At Bank Jatim. SEIKO: Journal of Management & Business, 6(2), 432-444.*
- Herbrian Kusuma, B., & Zhang, H. (2015). Analisis Pengaruh Promosi, *Word of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli Pada*

Coffee Groove Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(1), 1–10.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Indria, G. et al. (2018). Analisa Strategi Dalam Pemasaran (Studi Kasus pada Mie Gacoan di Karangtengah Kota Blitar). *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2).
- Insani, K. &. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Makamhaji Solo). *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(0), 52–59.
- Joana, I. &. (2023). *The influence of service quality, cafe atmosphere, and e-wom toward customer loyalty at Pilastro Signature Medan*. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 50-62.
- Khasanah, U. (2020). Pengantar *Microteaching*. Deepublish.
- Lasmin, et al. (2023). *Store Atmosphere, Word Of Mouth dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sekopi Renon Denpasar*. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(2), 149-160.
- Maddinsyah, A. &. (2022). *The Effect of Green Marketing, Brand Image, Store Atmosphere, and Quality of Service on Customer Loyalty at Bojongsari Starbucks*. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 9(1), 255-264.
- Marso, M. &. (2022). *The impact of store atmosphere on customer loyalty through perceived quality and satisfaction: An evidence from boutique industry in Tarakan*. *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 186-197.
- Mashuri, A. (2023). Buku Ajar Statistika Parametrik Dasar : Uji Hubungan , Uji Perbedaan , dan Aplikasinya Menggunakan JASP (Issue March).
- Mubsiroh, H. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Cirebon Tahun 2011-2021 (*Doctoral dissertation*, S1 Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

- Munandar, A., & Erkhadifa, R. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Media Sosial. *Store Atmosphere*, Fasilitas, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Journal of Sharia Management*, 50-74.
- Nurdin, S., & Alfin, M. R. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelangan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 249–258.
- Nurhaliza, W. &. (2023). *Influence of store atmosphere price and service quality on consumer loyalty of Mie Gacoan Cikarang*. *Enrichment: Journal of Management*, 968-977.
- Nursalam. (2017). Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan (4th ed). Jakarta : Salemba Medika.
- Popo Suryana, M. R. (2019, June). *Stores Atmosphere And Promotion On Customer Satisfaction And Its Impact On Consumer Loyalty*. *Trikonomika*, 18(1), 30-34.
- Prasyanti, P. A. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16-23.
- Purnamabroto, D. F. (2022). *The Influence of Word of Mouth, Service Quality, and Brand Image on Consumer Loyalty through Brand Trust in PT. Virama Karya (Persero) Surabaya*. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(8), 89-107.
- Putri, L. H. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). 15(2).
- Rachman, H. F. (2021). *The Effects of Store Atmosphere and Service Quality on Customer Loyalty (Case Study of A Coffee Shop in Tasikmalaya, Indonesia)*. *In Second Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://www.ico.org>.
- Rafika, N. A. (2020, March). *The Effect of Store Atmosphere, Product Quality, Customer Satisfaction and Electronic Word of Mouth on Customer Loyalty in Gubuk Coffee Padang*. *In 4th Padang International Conference on*

- Education, Economics, Business and Accounting* (PICEEBA-2 2019), 788-802.
- Ramadhani & Akhmad. (2023, Maret). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Konsumen di S3 Coffee & Cafe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 1-12.
- Restuputri, D. P., Indriani, T. R., & Masudin, I. (2021). *The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic*. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1906492>
- Rifa'i, K. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan*. Zifatama Publisher, 1–191. http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku_Membangun_Loyalitas_Pelanggan_Oleh_Dr._Khamdan_Rifa'i_.Si.pdf
- Safrina, V., & Sigit, M. (2023). Determinan Loyalitas Konsumen Mie Gacoan Di Yogyakarta. 1(4), 105–122.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing, Word of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Shalsabilla, S., & Walyoto, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Cabang Kartasura (*Doctoral dissertation*, UIN Surakarta).
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692-708.
- StudySmarter GmbH. (2020, Juni). Retrieved Desember tanggal 31, 2023 from <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/psychology/research-methods-in-psychology/cross-sectional-research/>
- Sudarso, A. (2015). *Building customer loyalty through corporate image, service quality, and word of mouth programs with customer value as a intervening variable (The empirical study at 5 stars hotel in North Sumatera)*.

- International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(7), 6105-6126.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Bandung.
- Sukmo, D. O. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan pembelian Di Mie Gacoan Depok. *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 61-74.
- Sulaiman, S. A. (2020, March). *Analysis of the effect of store atmosphere and store image and store location on customer loyalty through purchase decision customer Matahari Department Store in Samarinda City. International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(3).
- Sumarwan, S. (2022). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Konsumen Pita 8 Outdoor Store Ponorogo). *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Suntani, S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta*, 2(2), 247–254. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Sunyoto, D. (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus.
- Syahrum, & Salim. (2012). Metodologi Penelitian Kuantitatif (p. Bandung : Cipustaka Media).
- Tantri, F. &. (2019). Manajemen Pemasaran.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Ed. 1).
- Triandewo, M. A. (2021). *The Effect of Service Quality, Store Atmosphere, And Price Fairness On Customer Satisfaction And Their Impact To Customer Loyalty On Kopi Kenangan In Jakarta. International Journal Of Business, Economics and Law*, 49-59.

- Universitas Stekom CDC Komputer Desain Grafis Akuntansi P2K Kuliah kelas Karyawan Online. (2023).
- Wicaksono, E.D. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wulandari, I. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Gacoan di Kalangan Konsumen Muda Kabupaten Karanganyar. 1–23.
- Zuhroh, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 144-158.

